

### 가족친화기관 인증... 쉰세대 맞춤 복지 제공



경상남도 김해시는 지난 4년 동안 가족복지예산을 1000억원 이상 늘리는 등 가족친화도시로 거듭났다. 김해시는 2011년 여성가족부로부터 '여성친화도시'로 선정됐고 지난해에는 '가족친화기관' 인증을 받았다.

김해시는 지난 2011년 2161억원이던 가족복지예산을 올해 전체 예산의 38% 수준인 3347억원까지 늘렸다. 그럼에도 재정건전성은 더 좋아졌다. 지난 2010년 전국 2위 수준이었던 부채 규모는 올해 1330억원으로 절반 가까



이 줄었다. 2011년 이후 김해시는 여성·아동·노인 등 사회적 약자와 시민을 위한 '아동 여성 안전조례'와 '노인복지문화 지원

조례'를 제정하고 시 동부권에 노인종합복지관과 동부보건지소를 열어 권역별 공공 보건·복지 인프라를 갖췄다. 윤성환 조선비즈 기자

### 깨끗한 자연과 문화 겸비한 귀농·귀촌의 고장



전라북도 고창군이 지난 2년 연속 귀농귀촌도시부문에서 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상으로 선정됐다. 고창군에는 현재 5680명의 귀농·귀촌인이 새동지를 틀었으며 정착한 귀농·귀촌인 가운데 50세 이하 가구가 82%를 차지한다. 도시를 떠나 농촌을 선택하는 사람들이 고창을 선택하는 이유는 산과 들, 바다가 잘 어우러진 자연과 일자리, 교육, 문화생활을 누릴 수 있는 환경이 고루 갖춰져 있고 복분자, 수박, 고추 등 브랜드화된 농산물이 풍부하기 때문



이다. 또 수요자를 중심으로 체계적인 지원 정책을 펴고 있다. 고창군은 2007년 전북 최초로 귀농인 지원조례를 제정하

고, 귀농귀촌학교 운영, 농가주택수리비 및 영농정착금 지원 등 체계적으로 귀농·귀촌자를 위한 정책을 추진했다. 배정원 조선비즈 기자

### 초미세먼지 잡아내는 기술력... 디자인까지 예쁘네

#### LG 공기청정기

LG전자의 공기청정기는 앞선 공기정화 기술력을 최고의 가치로 여긴다. 새로 선보인 공기청정기는 지난 겨울 한반도를 강타한 미세먼지와 올봄 스모그를 우려하는 소비자의 심리를 기술로 반영했다. 초(超)미세먼지는 지름이 2.5마이크로미터(㎛) 이하인 먼지입자를 뜻한다. LG전자의 새 공기청정기는 이보다 더 작은 지름 0.02㎛ 이하의 먼지까지 잡아낸다. 강력한 탈취 필터가 들어있어 눅눅한 집안 냄새를 없애주고 공기 중을 떠다니는 바이

러스도 잡는다. 에너지 소비효율 1등급을 비롯해 한국공기청정협회가 주는 '클린 에어' 인증도 받았다. 무엇보다 과격적인 제품 디자인이 눈길을 사로잡는다. 평범한 사각형에서 벗어난 동그란 형태의 디자인은 사람의 마음을 안정시키는 '원표'를 자연스레 떠오르게 한다. 노창호 LG전자 에어컨 디자인연구소장은 "거실이든 사무실이든 주변과 조화를 이루도록 디자인했다"고 말했다. 소비자의 편의를 강조한 기능성 디자인도 포함됐다. 실내 공기를 상태에 따라 4단계로 나눠 공기 품질을 한 눈에 파악할 수 있게 했다. 박정현 조선비즈 기자



### 詩와 옛이야기 흐르는 인문학 평생학습 도시



경상북도 칠곡군이 2년 연속으로 문화교육 선도도시 부문 '한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'을 수상했다. 2010년부터 인문학 사업 등을 통해 평생학습에 심혈을 기울인 점이 높게 평가받았다.

칠곡군에서는 현재 '인문학 도시'라는 타이틀에 걸맞게 14개의 단체·동아리가 시와 옛이야기를 나누며 지역주민들과 교류하고 있다. 칠곡군이 의지를 갖고 '인문학 단체·동아리 공모사업'을 진행한 결과다. 지난해 8월에는 100여명의 대학생이 칠곡군의 인문학 마을



을 찾아 구술과 마을이야기, 사진 활동을 벌이기도 했다. 이 같은 주민 밀접형 교육 사업을 통해 인문학 사업을 추진해 성공시킨 모델로 인정받았다.

칠곡군은 '평생학습'이라는 단어를 생소한 2003년부터 자체적으로 평생학습도시 조성사업에 첫 발을 내딛었다. 이민우 조선비즈 기자

### 젓은 신발, 42분이면 보송보송... 20% 빠른 제습

#### LG WHISEN 제습기

LG전자가 제습기를 국내 시장에 내놓은 것은 1987년으로 거슬러 올라간다. 그 뒤로 20년 넘게 사랑을 받은 것은 소비자에게 더 편리한 삶을 제공한다는 철학을 제품에 반영한 덕분이다. LG전자는 에어컨과 냉장고를 개발하면서 쌓인 뛰어난 기술력을 제습기에 응용하던 '휘센' 브랜드를 제습기로 확대했다. 2014년형 휘센 제습기는 에어컨의 인버터 기술이 적용된 것이 특징이다. 인

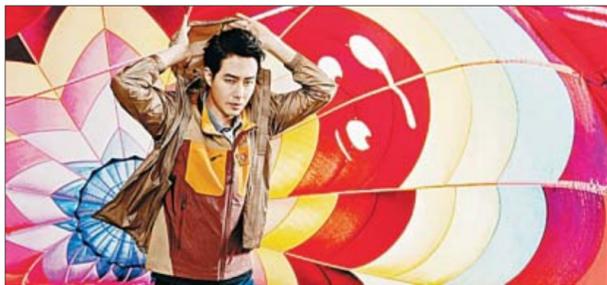
버터는 전동기(모터)가 작동하는 속도를 미세하게 조절하는 기술이다. 모터를 더 정밀하게 제어할수록 전기효율도 높아진다. LG전자는 올해 처음으로 이 기술을 제습기에 집어넣었다. 휘센 제습기의 제습 속도는 20% 빠른 것이 특징이다. 젓은 빨래의 건조시간이 자연에서 말릴 때보다 4분의 1에 불과하다. 소비 전력은 오히려 줄었고 에너지 소비효율에서 1등급을 획득했다. 젓은 신발이나 운동화도 42분만에 보송보송해진다. LG전자는 제습기를 '휘센' 브랜드로 통합하면서 더 많은 에어컨 기술과 디자인 역량을 제습기에 적용할 계획이다. 박정현 조선비즈 기자



### '글로벌 톱5' 도약하는 한국 대표 아웃도어



블랙야크는 아웃도어 시장에서 품질력과 기술력을 인정받고 있다. 블랙야크는 등산에 한정된 아웃도어 활동이 다양한 분야로 확대되자 관련 제품을 개발·출시해 고객층을 넓혔다. 그 결과 모든 세대의 사랑을 받는 토종 브랜드로 성장했다. 블랙야크의 고객과 시장을 위한 도전은 멈추지 않는다. 2012년부터 세계 최대 스포츠용품박람회인 '뮌헨 ISPO'에 참가해 토종 브랜드의 우수성을 알리고 있다.



블랙야크는 글로벌 브랜드로 도약하기 위해 기술력 강화에도 역량을 집중하고 있다. 뮌헨 ISPO에서는 자체개발한 스마트웨어 기술 '야콘' (YAK

ON)을 선보였다. 올봄에는 독자 개발한 투프그립(Loop Grip) 밑창을 적용한 '워크핏 시리즈'를 내놨다. 박지환 조선비즈 기자

### 좋아하는 노래, 3D 입체음향으로 감상하세요



KT뮤직이 제공하는 음악서비스 '지니(genie)'는 3D 입체음향 효과로 음악을 감상할 때 시원한 느낌을 준다. 값비싼 이어폰이나 스피커가 없어도 콘서트 현장, 녹음실 스튜디오처럼 생생한 음질을 전한다. 지니는 디지털음원 원음에 가까운 소리를 구현한 무손실 음악파일 서비스 'HQS(Highest Quality Sound)'로 음악 애호가들로부터 좋은 평가를 받고 있다. 지니는 스마트폰에서도 무손실 원음(FLAC·Free Lossless Audio

Codec) 스트리밍 서비스를 제공한다. 통신사와 관계 없이 누구나 스마트폰을 통해 지니 애플리케이션(앱)에서 이 서비스를 체험해볼 수 있다. 기존 고음질 무손실 원음은 다운로드 방식을 통해서만 이용할 수 있었다. 지니는 사용자가 접속한 시간으로부터 최근 24시간의 데이터를 시각적으로 표현한 실시간 그래프 차트를 도입했다. 상위권 노래가 몇시간째 인기를 얻고 있는지, 앞으로 어느 정도 인기를 누릴 수 있을지 예측할 수 있다. 실시간 그래프 차트는 PC뿐 아니라 안드로이드 운영체제(OS)를 사용하는 스마트폰에서도 볼 수 있다. 설성인 조선비즈 기자



### 화산암반수로 신선한 물 시장점유율 16년째 1위



제주특별자치도개발공사에서 생산하고 있는 '제주삼다수'는 1998년 제품 출시 이후 지난 16년 동안 연속 시장점유율 1위, 고객만족도 1위, 브랜드파워 1위를 기록했다. 이는 청정지역인 제주도 한라산의 '화산 암반수'라는 브랜드 가치와 수질의 우수성으로 인해 가능했다. 유네스코가 인정한 청정 화산섬 제주도는 110여회 화산활동으로 현무암층과

'송이' 층이라는 독특한 지질구조를 갖고 있다. 송이는 투과력이 좋고 오염물질 정화 능력이 뛰어나다. 자연 빗물이 송이층을 통과할 때 바나듐, 실리카 등 몸에 좋은 천연 미네랄 성분들이 물에 자연 용해되고, 유해 물질이 걸러져 신선함이 유지되는 화산암반수가 만들어진다. 지하 420m 깊이의 화산암반수는 인체의 체액과 비슷한 약알칼리성(pH 7.7~7.8)의 경도가 낮은 미네랄수로 부드럽고 맛이 좋다. 공사는 원수가 가진 뛰어난 물맛을 자연 그대로 제품화하기

위해 지하수 오염원 차단에 각별한 노력을 기울이고 있다. 공사는 잠재오염원 조사나 실시간 수질 감시 등 지속적인 자체 모니터링과 함께 수질에 대한 신뢰도를 높이기 위해 매년 미국 식품의약국(FDA), 일본 후생성에 검사를 의뢰해 수질 안전성을 인정받고 있다. 한편 공사는 프리미엄 생수시장을 선도하기 위해 '한라수' 개발에 힘쓰고 있다. 공사는 한라수를 필두로 세계 먹шем 물 10대 브랜드 진입 목표로 해외수출에 매진 중이다. 최순용 조선비즈 기자

